

Pressemitteilung | 8. Oktober 2009

Die Riesen waren ein Magnet für Berlin-Tourismus „Das Wiedersehen in Berlin“ kurbelte Tourismus und Veranstaltungswirtschaft an



Fotos: Hans Scherhauser

Drei Tage, nachdem die Kleine Riesin und der Große Riese Berlin wieder verlassen haben, zogen die Berliner Festspiele als Veranstalter des Theater-Spektakels positive Bilanz. Die Besucherzahlen mussten dabei noch einmal deutlich nach oben korrigiert werden, denn inzwischen liegen auch Aussagen der Initiatoren des Deutschlandfestes vor. Allein am 3. Oktober folgten tagsüber und am Abend rund um das Brandenburger Tor und auf der Fanmeile des Deutschlandfestes über eine Million Besucher den Riesen. Am 4. Oktober begleiteten mehrere hunderttausend Zuschauer den Abschied der Riesen und säumten die Ufer entlang der Spree bis zur Oberbaumbrücke. Insgesamt zogen die Riesen an allen vier Tagen vom 1. bis 4. Oktober 2 Millionen Menschen an.

„Es war ein Theaterfest für alle und knapp 2 Millionen Zuschauer haben mit Royal de Luxe, ‚Das Wiedersehen von Berlin‘ friedlich gefeiert. Ich bin glücklich, dass es uns gelungen ist, mit den Riesen die Herzen der Menschen zu erobern. Vier Tage lang war Berlin im Ausnahmezustand. Seit der Reichstagsverhüllung hat die Stadt so ein friedliches Kulturereignis nicht mehr erlebt.“ (Brigitte Fürle, Künstlerische Leiterin spielzeit/europa).

Die Riesen als Wirtschaftsfaktor in Berlin

Berlin hat von dem Riesen-Besuch und von der friedlich-ausgelassenen Stimmung während der Spektakel-Tage nicht nur hinsichtlich seines Images profitiert. Nach Angaben des Besucherforschungsprojekts „Kulmon“, das die Berliner Kulturverwaltung und die Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) 2008 Jahr gestartet haben, kommen 71 % aller Berlin-Touristen wegen des Kunst und Kulturangebotes der Hauptstadt. Auch zu den Riesen sind Besucher aus aller Welt gekommen: Allein das Gästebuch zeigt begeisterte Einträge von Stuttgart und Sylt über Finnland, Polen, Frankreich bis Mexico, Argentinien und den USA. Sie alle haben in Berlin übernachtet, eingekauft und gegessen, sind Bus und Taxi gefahren. Rund 241 Euro lässt ein Übernachtungsgast in der Regel in Berlin, rund 70 Euro die Tagesgäste.

 **Berliner Festspiele**

Berliner Festspiele
Schaperstraße 24
10719 Berlin
www.berlinerfestspiele.de

spielzeit / europa

www.spielzeit.europa.de

www.riesen-in-berlin.de

Mit dem kostenlosen Open-Air-Spektakel, das ein Geschenk an die Stadt Berlin zum Mauerfalljubiläum war, erzielten die Berliner Festspiele keine Einnahmen. Die Kosten der Veranstaltung von rund 1,6 Millionen (getragen zu 47% vom Bund, 28% Stiftung Deutsche Klassenlotterie Berlin, 20% Sponsoren und 5% Kooperationspartnern) sind darum zu drei Viertel wieder nach Berlin zurückgeflossen: Mit dem enormen technischen Aufwand zur Vorbereitung und Durchführung des Riesenspektakels und mit allen Sicherheitsvorkehrungen zu Wasser und zu Lande sind 25 Berliner Firmen beauftragt worden. Zudem wurden bei den Berliner Festspielen über 30 Arbeitskräfte temporär zur Verstärkung hinzugezogen und zahlreiche freiwillige Helfer halfen während des Spektakels. Gastronomie und Hotelgewerbe, Einzelhändler, Bus- und Taxiunternehmen hatten auf dem Wege der Umwegrentabilität ebenfalls beträchtliche Einnahmen zu verbuchen. Die eigens mit BTM und zahlreichen Hotels geschnürten „Riesen-Angebote“ wurden stark nachgefragt.

Berliner Festspiele

Berliner Festspiele
Schaperstraße 24
10719 Berlin
www.berlinerfestspiele.de

spielzeit / europa

www.spielzeiteuropa.de

www.riesen-in-berlin.de

Außergewöhnlich hohe Medienresonanz

Über 80 Millionen Zuschauer verfolgten das Theater-Spektakel an den Fernsehbildschirmen der Republik. Highlights der deutschlandweiten TV-Berichterstattung waren u.a. die täglichen Berichte und die Sondersendung des Medienpartners ARTE sowie die begleitende Berichterstattung des RBB Fernsehens und Radios, die Beiträge in der ARD-Tagesschau sowie in ZDF heute und die begleitende live-Berichterstattung auf N24 und N-TV. Allein die Sondersendung des RBB erzielte eine sensationelle Einschaltquote von mehr als einer Viertel Million Zuschauer.

Auch international ist das „Wiedersehen von Berlin“ positiv rezipiert worden, sowohl bei Journalisten als auch bei den vielen internationalen Besuchern Berlins. Über 1.200 Pressevertreter aus allen Teilen der Welt, von Frankreich, Großbritannien, Russland, den arabischen Ländern, Chile, China, Australien bis Japan und den USA hatten sich vom 1. bis 4. Oktober akkreditiert und berichteten weltweit. Die Riesen-Homepage verzeichnete während der Veranstaltung über 1.700.000 Zugriffe. Die Internetsuchmaschine Google listet für die Suche nach „Royal de Luxe“ und „Berlin“ über 400.000 Treffer. Die Berliner Festspiele und Royal de Luxe um ihren Künstlerischen Leiter Jean-Luc Courcoult konnten die Tragweite dieses historischen Ereignisses, des Mauerfalls, den Menschen in Berlin und in aller Welt mit den Mitteln des Theaters nahe bringen. *„Der Auftritt der Riesen war weit mehr als nur ein Spektakel. Jean Luc-Courcoult ist es gelungen, die ganze Stadt zu faszinieren.“* (ARTE, 3. Oktober 2009)

Das Theaterspektakel wird gefördert durch



Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien

STIFTUNG LOTTO
DEUTSCHE KLASSENLOTTERIE BERLIN



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestags

Hauptsponsoren



Mercedes-Benz



TOTAL

Partner



Medienpartner



Dank an



2009
jahre
mauerfall

www.mauerfall09.de